

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dicantumkan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa riasan wajah mempengaruhi persepsi suami. Hal tersebut terbukti dengan skor lembar *checklist* menggunakan uji beda *Paired Samples T Test* menunjukkan hasil signifikansi $0,014 < 0,05$ yang artinya signifikan.

Kesimpulannya berdasarkan skor lembar *checklist* menunjukkan bahwa riasan wajah mempengaruhi persepsi suami, hal tersebut menunjukkan hasil yang signifikan karena signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan dan hasil penelitian yang telah dianalisis, dapat diajukan saran diantaranya sebagai berikut:

a. Saran Teoritis

1. Penelitian eksperimen ini menggunakan *Time Series Design* yang memiliki kelemahan yakni pengukuran membutuhkan waktu yang longitudinal atau lama, Seniati et al. (2017). Untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti penelitian tentang riasan wajah terhadap persepsi suami, disarankan untuk lebih mempunyai referensi tentang berbagai metode untuk eksperimen.

2. Manipulasi lain bisa saja dicoba untuk mengungkap persepsi suami sehingga persepsi suami dapat terungkap melalui perlakuan selain riasan wajah dengan subjek yang lebih bervariasi pula.

b. Saran bagi Istri

Bagi istri sebaiknya lebih introspeksi diri mengenai perawatan wajah dan mencari wawasan mengenai riasan wajah.

c. Saran bagi Suami

Bagi suami sebaiknya lebih memahami kondisi istri sebagai ibu rumah tangga yang dipenuhi dengan banyaknya tuntutan pekerjaan rumah.

d. Saran bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya. Selain itu, disarankan untuk peneliti selanjutnya agar lebih memahami dan mempunyai referensi yang lebih pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Allport, G. W. (1996). *Psikologi sosial*. (Ed. 5). Jakarta: Erlangga.
- Arikunto. (2002). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (1997). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Benton, W. (1986). *Cosmetics*. Britania London: Encyclopedia.
- Ermayanti, D. (2009, Maret 21). Kiat agar suami setia. Wordpress. Dipungut dari <https://ermayantis.wordpress.com/2009/03/21/kiat-agar-suami-setia/>.
- Etcoff, N. (2011, Oktober 24). Riasan wajah mampu meningkatkan kompetensi. Kompas. Dipungut dari <http://lifestyle.kompas.com/read/2011/10/24/11300826/riasan.wajah.mampu.meningkatkan.kompetensi>.
- Gaspersz, V. (1997). *Manajemen kualitas dalam industri jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gerungan. (1996). *Psikologi sosial*. Bandung: Eresco.
- Guthrie, M., Kim, H. S., & Jung, J. (2008). The effects of facial image and cosmetic usage on perceptions of brand personality. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 12(2), 164-181. doi: 10.1108/13612020810874863.
- Hendra, W. W. (2013, September 17). Pendapat suami soal istri yang sudah lupa merias diri. Wordpress. Dipungut dari <https://keluarga.com/1713/pendapat-suami-soal-istri-yang-sudah-lupa-merias-diri>.
- Herasafitri, D. F., Rahajeng, U. W & Sarirah, T. (2016). Wake up and make up: efek kosmetik wajah dan waktu pemaparan terhadap attractiveness. *Jurnal Psikologi Mediapsi*, 2(2), 30-37.
- Hill, S. E., Rodeheffer, C. D., & Griskevicius, V. (2012). Boosting beauty in an economic decline: Mating, spending and the lipstick effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 12. doi: 10.1037/a0028657.
- Hurlock. (2004). *Psikologi perkembangan pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Jakarta: Gramedia.

- Kanuk, L. L., Leon, G., & David. S. (2004). *The power of brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kartono, I. (2014). Jurnal tugas akhir faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan make up pada perempuan emerging-adulthood. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 3(1), 1-10.
- Korichi, R., De-Queral, D. P., & Gazano, G. (2008). Why women use make up: Implication of psychological traits in make up functions. *Journal Cosmetic Science*, 59, 127-137. Dipungut dari https://www.google.co.id/?gws_rd=cr&ei=dni_WPKGBcSu0ATlvofQAw#q=jurnal+korichi+pdf&*.
- Listianti, S. M. (2013). *Makna berdandan bagi perempuan (studi kasus tentang penggunaan make up pada sales promotion girl di kota Surakarta)*. (Skripsi tidak diterbitkan). Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Macewan, J. (2013, Maret, 3). 95% perempuan memakai make up saat tidur. *Kompas*. Dipungut dari <http://lifestyle.kompas.com/read/2013/07/03/2015592/95.Persen.Perempuan.Pakai.Make-up.Saat.Tidur.>
- Melliana, A. (2006). *Menjelajah tubuh perempuan dan mitos kecantikan*. Yogyakarta: Lembaga Kajian Islam dan Sosial.
- Pramuningtyas, W. A. (2007). *Perbedaan tingkat kepercayaan diri pada remaja putri dilihat dari pemakaian kosmetika wajah*. (Skripsi tidak diterbitkan). Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 pengolahan data terpraktis*. Yogyakarta: Andi.
- Rakhmat, J. (2007). *Metode penelitian komunikasi: Dilengkapi dengan contoh analitik statistik*. Bandung: Rosdakarya.
- Scoot, S. (2007). Influence of cosmetics on confidence. *An Exploratory Study*. 1-16. Dipungut dari https://www.google.co.id/?googleformws_rd=cr,ssl&ei=Zr7hWI-BJYTqvASmipagAQ#q=journal+cosmetic+from+scoot+2007.
- Seniati, L., Yulianto, A., & Setiadi, N. (2017). *Psikologi eksperimen*. Jakarta: Indeks Jakarta.

- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharnan. (2005). *Psikologi kognitif*. Surabaya: Srikandi.
- Suryana. (2012, Agustus 12). Laki-laki lebih suka perempuan berdandan. *Kompas*. Dipungut dari <http://lifestyle.kompas.com/read/2012/08/12/08290964/laki-laki.lebih.suka.perempuan.berdandan>.
- Tan, C. S. (2008). Men, beauty and senses – a snapshot of the effectiveness of sensory branding in the Japanese men's cosmetics market. *Journal of yasar University*, 3(9), 1047-1060.
- Thoha, M. (2003). *Kepemimpinan dalam manajemen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Waidi. (2006). *The art of reengineering your mind for success*. Jakarta: Gramedia.
- Walgito, B. (2004). *Pengantar psikologi umum*. Jakarta: Andi.
- Wasitaatmadja, M. S. (1997). *Penuntun ilmu kosmetik medik*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Zulaeha, E. (2015, Juni 25). Benarkah pria tak menyukai wanita bermake up. *Kompas*. Dipungut dari http://www.kompasiana.com/ella_zulaeha/benarkah-pria-tak-menyukai-wanita-bermake-up_5512c51ba33311b463ba7d2d.